

《陈列设计》试卷

民族晨彩 设计融合 活态传承



THE LIBRARY OF INHERITANCE AND
INNOVATION OF MINORITY CLOTHES

少數民族服裝與服飾
傳承與創新資源庫



一、单选题：

1 陈列的主要目的就是为为了（ ）

A 传播品牌文化 B 促进销售 C 整洁、规范 D 方便使用

2 作为一种服务于商业的活动，陈列的主要目的就是为为了促进销售，其次是()。

A 传播品牌文化 B 整洁、规范 C 方便使用 D 时尚、风格

3 对重点推荐的货品以及新上市的货品，用（ ），吸引消费者

A 视觉的语言 B 装饰的语言 C 形式的语言 D 夸张的语言

4 成功的陈列除了向顾客告知卖场的销售信息外，同时还应传递一种特有的（ ）

A 夸张的语言 B 视觉的语言 C 整洁规范 D 品牌

文化 5 在专卖店装修设计阶段，要和（ ）进行沟通，或直接参与卖场的规划方案的讨论

A 卖场设计师 B 消费者 C 卖厂经理 D 经销商

6 流水台是对卖场中的陈列桌或陈列柜的通俗叫法。通常放在入口处或店堂的显眼位置。有单个或由（ ）个高度不同组合而成的子母式等形式。

A1-2 个 B3-4 个 C1-3 个 D2-3 个

7（ ）是为了更好地辅助卖场的销售活动，使顾客能更多地享受品牌超值的服

A 导入部分 B 营业部分 C 服务部分 D 展示器具

8 () 是供顾客试衣、更衣的部分区域

A 试衣部分 B 收银台 C 仓库 D 展示器具

9 一个成功的卖场设计，不仅仅要考虑卖场环境的美观，同时还必须充分考虑 () 的合理性。

A 卖场功能 B 通道规划 C 区域分布 D 服务设施

10 卖场中的主通道宽度一般在 () 以上。

A 120cm B 40cm C 90cm D 60cm

二、多项选择

1 陈列的目的包括 ()

A 促进销售 B 整洁、规范 C 时尚、风格 D 传播品牌文化

2 服装陈列主要是通过对产品、() 货架、模特、POP 海报、通道等一系列卖场元素进行有组织的规划，从而达到促进产品销售，提升品牌形象目的的一种视觉营销活动。

A 橱窗 B 道具 C 灯光 D 音乐

3 陈列的工作目标包括 ()

A 整洁、规范 B 合理、和谐 C 时尚、风格 D 传播品牌文化

4 人体工程学的目的是为了寻求 () 三者的最有机的结合

A 便利 B 舒适 C 美 D 有效

5 人体工程学涉及的范围很广，其中 () 要素对服装陈列工作中影响最大。

A 尺度 B 视觉 C 色彩 D 造型

6 在规划卖场之前，首先要了解一个卖场主要的（ ）。只有在一个合理规划卖场中，你的陈列才有可能做得更加精彩。

A 组成元素 B 基本功能 C 营业部分 D 服务部分

7 卖场构成有不同的分类方式。为了更简洁和实用，我们通常根据营销管理的流程进行划分。一般我们可以将它划分为三个部分：（ ）

A 基本功能 B 导入部分、C 营业部分 D 服务部分。

8 合理的卖场规划同样也会提高卖场的（ ）的使用率。

A 营业效率 B 营业设施 C 基本功能 D 营业部分

9 在进行卖场平面规划时，我们可以按以（ ）下步骤进行

A 区域分布 B 通道规划 C 货架和道具 D 服务设施

10 卖场规划从货品的销售和管理角度主要考虑以（ ）方面

A 有效的货品推销 B 通道规划 C 基本功能 D 简洁、安全的货品和货款的管理

11 一个布局合理的卖场既要在功能上体现合理性，还要体现出一种艺术的美感，反映卖场独特的（ ）

A 经营理念 B 经营风格 C 顾客需求 D 形式美感

12 服装专卖店常用展示器具包括（ ）

A 高架[柜] B 风车架 C 裤架 D 饰品柜

13 卖场通道的类型包括（ ）

A 直线型通道 B 开放型通道 C 环绕型通道 D 自由型通道

14 商品配置规划需要从（ ）进行考虑

A 顾客的角度 B 销售的角度 C 管理的角度 D 实用的角度

15 卖场商品配置规划应考虑的因素有（ ）

A 秩序 B 美感 C 促销 D 顾客

16 美感优先的商品配置法其特点是（ ）

A 容易进行组合陈列 B 创造卖场氛围 C 迅速打动顾客 D

17.引起连带销售人体工程学的目的是为了寻求（ ）三者的最有机的结合

A 便利 B 舒适 C 美 D 有效

18 卖场中常见的商品分类法有()

A 色彩分类性别分类 B 品种分类价格分类 C 风格分类尺码分类 D 系列分类原料分类

19 陈列管理特点包括：（ ）

A 陈列是一项日常性的工作 B 多种形式的管理手段相结合 C 周期变更有一定的规律性 D 陈列工作需要团队合作，要和品牌运营系统保持一致

20 一个服装陈列师在掌握熟练的陈列技巧后，还必须要掌握基本的（ ），这样才能真正搞好陈列工作。

A 营销知识 B 品牌知识 C 广告知识 D 管理知识

三、判断题

1.要使一个卖场有“人气”，通俗地说要做好两点：一要有好的人缘，营业员和顾客要形成融洽交流的无形磁“场”；二是要通过合理的规划和陈列，制造一个生动有趣的有形的磁“场”，从而吸引顾客上门（ ）。

- 2.卖场构成有不同的分类方式。为了更简洁和实用，我们通常根据货品陈列的流程进行划分()。
- 3.一般我们可以将它划分为四个部分：导入部分、营业部分、服务部分和管理部分()。
- 4.店头通常由品牌标识或图案组成，用以吸引顾客 ()。
- 5.流水台是对卖场中的陈列桌或陈列柜的通俗叫法。通常放在休息处或店堂的显眼位置。有单个或由 2-4 个高度不同组合而成的子母式等形式 ()。
- 6.如果将导入部分比作一出戏的序曲，是卖场整个营销活动的一种铺垫的话，那么营业部分是直接进行产品销售活动的地方，也是卖场中的核心 ()。
- 7.服装展示器具中用框架组成的通常称为架，封闭式的通常称为柜，如西装的陈列通常用架式()。
- 8.服装展示器具按放置的位置分:边架[柜]放置在卖场靠墙位置；中岛架[柜]放置在卖场中间位置()。
- 9.服装展示器具按形状分：风车架、圣诞树架、子母台、流水台 ()。
- 10.服装展示器具按功能分：饰品柜、鞋柜 ()。
- 11.为了将饰品全部陈列出来，特别是为了方便对有些贵重饰品的管理，在卖场中会专门设置饰品柜。体积大的饰品可以用开架陈列方式；一些小的饰品或贵重的饰品，可以陈列在封闭式的玻璃饰品柜中 ()。
- 12.仓库的设置主要看每日卖场中的产品分布状态以及面积上是否充裕而决定 ()。

13.卖场的分区主要从三个方面进行考虑：便于顾客的进入和购物、便于货品推销和货品管理、便于服装陈列的有效展示（ ）。

14.在顾客的试衣和购物的路径中，有意识地安排一些饰品和搭配服装，促进顾客的二次消费（ ）。

15.通道的规划原则：可以用四个字来概括，就是“整齐、有序”（ ）。

16.在卖场规划中我们通过对流水台和货架的安排，促使顾客按照设计者的设计路径行走，从而达到使顾客能浏览卖场全程的效果()。

17.直线型通道通常是以卖场的入口为起点，以卖场收银台作为收线的通道设计方案。它可以使顾客在最短的线路内完成商品购买行为（ ）。

18.环绕型通道布局设计适合于营业面积相对较小或中间有货架的卖场（ ）。

19.自由型通道设计通常用于价位相对比较高、客流量较少、面积较小的卖场（ ）。

20.一般高级的专卖店由于顾客群需要安静的选购环境，并希望有一种尊贵的感觉。因此都采用开放度设计得比较小的入口。而一些中低档的品牌则需要一种敞开的，平易近人的设计（ ）。

四、填空试题

1 服装卖场的陈列形态构成：就是服装及服饰在卖场中呈现的造型和_____。

2 有两个以上的元素，就有_____的可能。

3 在服装卖场中，既涉及货架的组合，还有_____之间的组合，也有道具和货品的组合。

4 陈列的形态组合要从_____和卖场管理和销售等诸多因素考虑。

5 卖场中每个货品的形态和造型一定要考虑_____。

6 陈列的主要目的就是为了吸引顾客的目光，激起顾客的_____。

7 陈列首要任务就是要将服装的_____展示出来，美的陈列也可以使产品增值。8 陈列的造型必须和品牌的_____相吻合。

9 呈现秩序的美感，给人一种_____的感觉。呈现打破常规的美感，表现个性、刺激、活泼的感觉。

10 一个吸引顾客的卖场应该是_____。

答案：

BAADADCAAA

AD ABCD ABC BCD AB AB BCD AB ABCD AD

AB ABCD ACD AC ABC ABCD BCD ABCD ABCD

AD

✓××✓×✓×✓×✓✓×✓✓××✓×✓✓

1 组合方式 2 组合 3 货品 4 美学角度 5 卖场整体的布局 and 效果

6 购物兴趣 7 美感 8 风格 9 平和、安全、稳定 10 明亮的、舒适的、有秩序的